



Evento:XXX Jornada de Pesquisa

TÁTICAS DE MARKETING DE ATRAÇÕES: O TURISMO COMO FOCO PARA O DESENVOLVIMENTO DOS MUNICÍPIOS DA REGIÃO FRONTEIRA NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL¹

Ariosto Sparemberger², Luciano Zamberlan³, Cristian Sparemberger⁴

¹ Projeto de pesquisa desenvolvido na Unijuí - Contribuições do Marketing das Cidades para o desenvolvimento dos Municípios: um estudo na Região Fronteira Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Grupo de Pesquisa: Núcleo de Estudos em Marketing (NEM).

² Professor Pesquisador, UNIJUÍ.

³ Professor Pesquisador, UNIJUÍ.

⁴ Doutorando, UFSC.

INTRODUÇÃO

As cidades, de modo geral, mas em especial as pequenas e geograficamente distantes dos grandes centros, podem enfrentar problemas relacionados a baixa densidade demográfica e ao fluxo de pessoas, moradores, visitantes e turistas.

Nesse contexto, o marketing pode ser utilizado como ferramenta para impulsionar o desenvolvimento das cidades. Através de estratégias de marketing territorial, as cidades podem atrair investimentos, promover o turismo, melhorar a qualidade de vida dos residentes e fortalecer a identidade local, gerando um impacto positivo no desenvolvimento.

Segundo Mendes (2006), o marketing, ao criar conexões, pode contribuir para o desenvolvimento dos lugares e cidades. Numa perspectiva integrada, pode potencializar o desenvolvimento de parcerias, a participação, o envolvimento e a mobilização, sendo um poderoso instrumento para fomentar identidades e o senso de pertencimento a um território.

O marketing de atrações tem como foco a valorização e o aproveitamento estratégico dos recursos turísticos de uma localidade, que precisam ser aprimorados para se tornarem efetivamente atrativos ao público. Kotler *et al.* (2006) ressalta que a melhoria da imagem de um lugar não é suficiente para garantir sua atratividade, assim, é preciso que haja o investimento em atrações específicas.

Nesse sentido, observa-se que os municípios da Região Fronteira Noroeste estão se mobilizando para a criação de novos empreendimentos para impulsionar o turismo e a economia nas comunidades locais, visando atrair turistas e moradores.



Assim, o presente trabalho tem como principal objetivo destacar iniciativas que estão ocorrendo nos 20 municípios que formam a Região Fronteira Noroeste do Rio Grande do Sul, voltadas aos vários tipos de turismo, seja turismo de experiência, de natureza de isolamento, rural, histórico-cultural, gastronômico, ecológico e de lazer.

METODOLOGIA

Esta pesquisa classifica-se como exploratória, descritiva e documental. O método adotado concentrou-se no estudo do marketing de atrações. A pesquisa exploratória tem como objetivo investigar um problema ou situação, com o intuito de fornecer subsídios para sua compreensão (Gil, 2002). Segundo o mesmo autor, a pesquisa descritiva visa levantar opiniões de uma população e pode ser utilizada para proporcionar uma nova visão sobre o problema em questão.

O presente estudo é caracterizado como descritivo, pois descreve de forma detalhada os principais elementos do marketing de atrações envolvidos na gestão dos municípios, empreendedores, empresas e empresários ligados ao setor de turismo da região. A técnica de coleta de dados baseou-se, principalmente, em pesquisa bibliográfica. Para Lakatos e Marconi (2002), essa técnica compreende todo o referencial teórico já tornado público sobre o tema em estudo. Foram utilizados artigos científicos, livros e sites de jornais.

Os dados, predominantemente secundários, foram analisados por meio da técnica de análise documental, procedimento que consiste em representar o conteúdo de um documento sob uma forma distinta da original (Bardin, 2006).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Noroeste gaúcho é uma região marcada pelo espírito empreendedor de seu povo e por uma rica herança histórica e cultural. Apesar dessas qualidades, enfrenta desafios em seu desenvolvimento, refletidos especialmente no crescimento populacional, que tem sido mais lento do que o verificado no restante do estado. Diante desse cenário, iniciativas que valorizem as potencialidades locais surgem como alternativas promissoras para fortalecer a economia e impulsionar o desenvolvimento regional.

Nessa direção, o levantamento identificou que a região apresenta um grande potencial para atrações em várias áreas, o que torna possível a criação de um ecossistema do turismo. A



partir de uma relação entre os municípios com os demais agentes que impactam e interferem no desenvolvimento da região é possível avançar no desenvolvimento regional.

Conforme o Jornal Noroeste (2025), o turismo rural tem ganhado espaço na Região. Entre os destinos que se destacam, está o Rancho Quatro Estações, criado em 2020 em Cândido Godói. O local proporciona uma experiência única de conexão com a natureza e os animais, aliando lazer, educação ambiental e sustentabilidade, além da tradição da vida rural. Já em São José do Inhacorá, o Sítio das Amoras combina o charme das paisagens rurais com o aconchego da vida simples, oferecendo espaços interativos que aproximam crianças e adultos da natureza. Também na linha do turismo rural e gastronômico, o município de Tuparendi conta com o Sítio do Peixe, um local que proporciona contato com a natureza e boa gastronomia, com o tradicional pesque e pague, passeios guiados, pequenos animais, espaço *kids*, piscina, restaurante e campo para prática de esportes (Jornal Noroeste, 2025).

Também se destaca na região o turismo de experiência, que valoriza o sentir, o viver e o interagir com o destino, indo além da simples contemplação. No interior do município de Campina das Missões, a Chácara Ludwig conta com mais de 13 hectares de área, unindo os conceitos de maneira única, oferecendo aos visitantes um cenário em que cada detalhe foi pensado para transformar a visita em uma experiência inesquecível. O espaço possui jardins esculturais, hospedagens temáticas, gastronomia, lazer e eventos. Já no município de Porto Vera Cruz, situa-se o Balneário Roncador, um local banhado pelo imponente Rio Uruguai, que se destaca pela beleza e estrutura completa para receber visitantes (Jornal Noroeste, 2025).

O turismo de isolamento também vem crescendo, atraindo visitantes em busca de experiências diferenciadas, momentos de tranquilidade, conforto e um contato mais autêntico com a natureza. A Casa Âncora, localizada em Porto Vera Cruz, é uma hospedagem às margens do Rio Uruguai, que proporciona uma verdadeira imersão na natureza. Outra atração é o Chalé Altitude 363, localizado em Horizontina, um local de refúgio que oferece uma experiência de total tranquilidade (Jornal Noroeste, 2025).

O turismo gastronômico e de lazer é destaque em Santa Rosa, que tem se consolidado com bares e restaurantes que combinam boa comida, entretenimento e identidade cultural (Jornal Noroeste, 2025). Com o objetivo de difundir a gastronomia local e suas variedades, foi criado o projeto do Festival Gastronômico, que segue os padrões do case “Comidas de Boteco”, bastante conhecido em Porto Alegre (Jornal Noroeste, 2024).



Santa Rosa é também conhecida como o “Berço Nacional da Soja”, devido ao seu papel na introdução e cultivo contínuo da soja no Brasil. Uma atração é o Caminho da Soja, que mostra o local do início do plantio da oleaginosa. Também são destaques no município os sítios Flor do Sol, Jek, 1209 e Santa Fé, referência na região em orgânicos.

Em relação às atrações voltadas ao turismo histórico-cultural, destaca-se o Memorial da Evolução Agrícola (MEA), inaugurado em dezembro de 2023, no município de Horizontina, com o objetivo de contar a história da evolução agrícola no Brasil e na região. Desde então, o local tornou-se um importante ponto de lazer e turismo, registrando mais de 60 mil visitantes de diversas regiões do Brasil e do exterior (Jornal Noroeste, 2025).

Outros destaques da região incluem o Mirante São Miguel, localizado no município de Alecrim, que oferece uma vista panorâmica do Rio Uruguai. A estrutura foi construída com mais de seis mil pneus reutilizados, unindo criatividade e sustentabilidade. O pequeno município de Porto Mauá também oferece algumas atrações, como o serviço de balsa para a Argentina, a costaneira às margens do Rio Uruguai, o Chalé do Rio e residências em meio à natureza, especialmente procuradas durante o verão. Já no interior de Três de Maio, a Vinícola Casa Tertúlia, inaugurada em 2017, se consolida como uma opção de lazer e enoturismo.

Um projeto recente a ser implantado em Novo Machado, às margens do Rio Uruguai, é o Costana Frontier Resort, o primeiro resort do Noroeste gaúcho. Lançado em 2024, o empreendimento contará com mais de 200 mil metros quadrados e pretende oferecer comodidade e aconchego, aliados ao luxo de serviços e benefícios excepcionais. A proposta valoriza a cultura e a tradição local como base para a construção de um novo marco no turismo regional, com atrativos que podem ser aproveitados em todas as estações do ano.

CONCLUSÃO

É necessário o avanço de empreendimentos voltados ao turismo de atração em pequenos municípios, que possam movimentar a economia das cidades e da região. Nessa direção, a promoção turística, por meio de campanhas de marketing e divulgação dos atrativos locais, pode impulsionar a economia local, gerar empregos e atrair visitantes, contribuindo para o desenvolvimento.

Considerando o presente estudo, pode-se concluir que a região apresenta um conjunto de locais e espaços atrativos, constituindo-se em diferenciais competitivos que podem agregar



valor aos negócios dos diferentes segmentos do turismo, ampliando o potencial de atração de público e de novos empreendimentos.

O fortalecimento do turismo na região gera empregos, fomenta o empreendedorismo e cria uma cadeia de valor integrada. Ao promover a cultura local, os produtos regionais e conectar atrativos como as Missões, o Salto do Yucumã e o Memorial da Evolução Agrícola, em Horizontina, os benefícios se estendem a diversos setores. Construir uma região mais dinâmica e atrativa também é uma estratégia para manter os jovens em seus territórios, incentivando-os a empreender e a contribuir ativamente para um futuro de pertencimento, orgulho e realização.

Palavras-chave: Marketing de atrações. Turismo. Desenvolvimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2006.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo, Atlas, 2002.

JORNAL NOROESTE. Caderno Noroestur: Caminhos do Desenvolvimento, Santa Rosa, 21 de março de 2025, p. 1-8. Disponível em:

<https://jornalnoroste.com.br/caderno/semana/21-03-2025>. Acesso em: 10 jun. 2025.

KOTLER, Philip *et al.* **Marketing de lugares**: como conquistar crescimento de longo prazo na América Latina e no Caribe. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

LAKATOS, Eva M.; MARCONI, Marina de A. **Técnicas de pesquisa**: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MENDES, Ana Lopes. **Marketing territorial aplicado à alteração da imagem do bairro do Pica-Pau Amarelo**. Lisboa: Universidade de Lisboa, 2006.

Santa Rosa terá Festival Gastronômico. **Jornal Noroeste**, Geral, 06/08/2024. Disponível em: <https://jornalnoroste.com.br/noticia/geral/santa-rosa-tera-festival-gastronomico>. Acesso em: 10 jun. 2025.

Sítio do Peixe: um refúgio de lazer, tranquilidade e boa gastronomia. **Jornal Noroeste**, Turismo, 16/05/2025. Disponível em:

<https://jornalnoroste.com.br/noticia/turismo/sitio-do-peixe-um-refugio-de-lazer-tranquilidade-e-boa-gastronomia>. Acesso em: 10 jun. 2025.